Different ad formats, Ad placement techniques

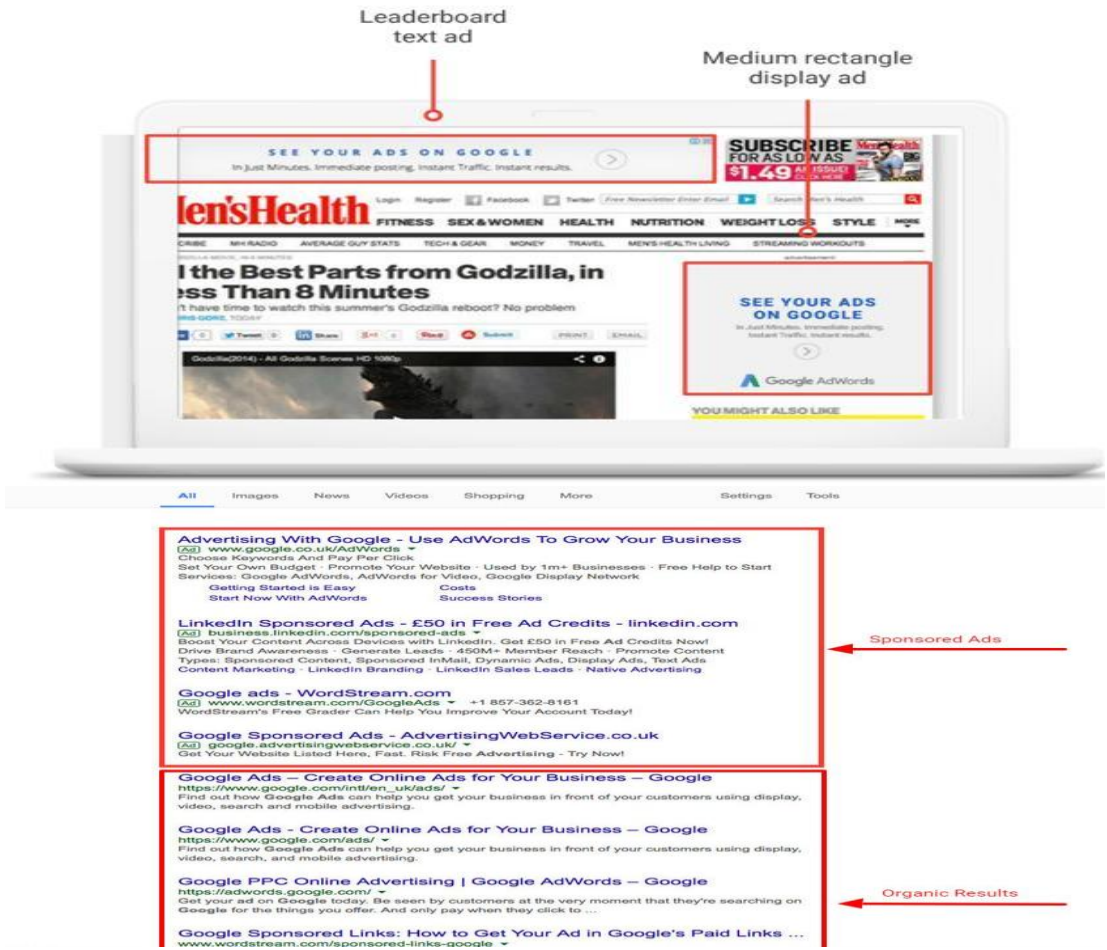
Santosh

Meaning of Ad Formats (विज्ञापन प्रारूप का अर्थ)

Ad formats refer to the different ways in which advertisements are designed and presented to the target audience on digital platforms. They help businesses attract attention, communicate messages, and promote products or services.

विज्ञापन प्रारूप उन विभिन्न तरीकों को कहते हैं जिनके माध्यम से डिजिटल प्लेटफॉर्म पर लक्षित दर्शकों के सामने विज्ञापन प्रस्तुत किए जाते हैं। इनका उद्देश्य ध्यान आकर्षित करना, संदेश पहुँचाना तथा उत्पादों या सेवाओं का प्रचार करना है।

Types of Ad Formats (विज्ञापन प्रारूप के प्रकार)



1. Display Ads (डिस्प्ले विज्ञापन):

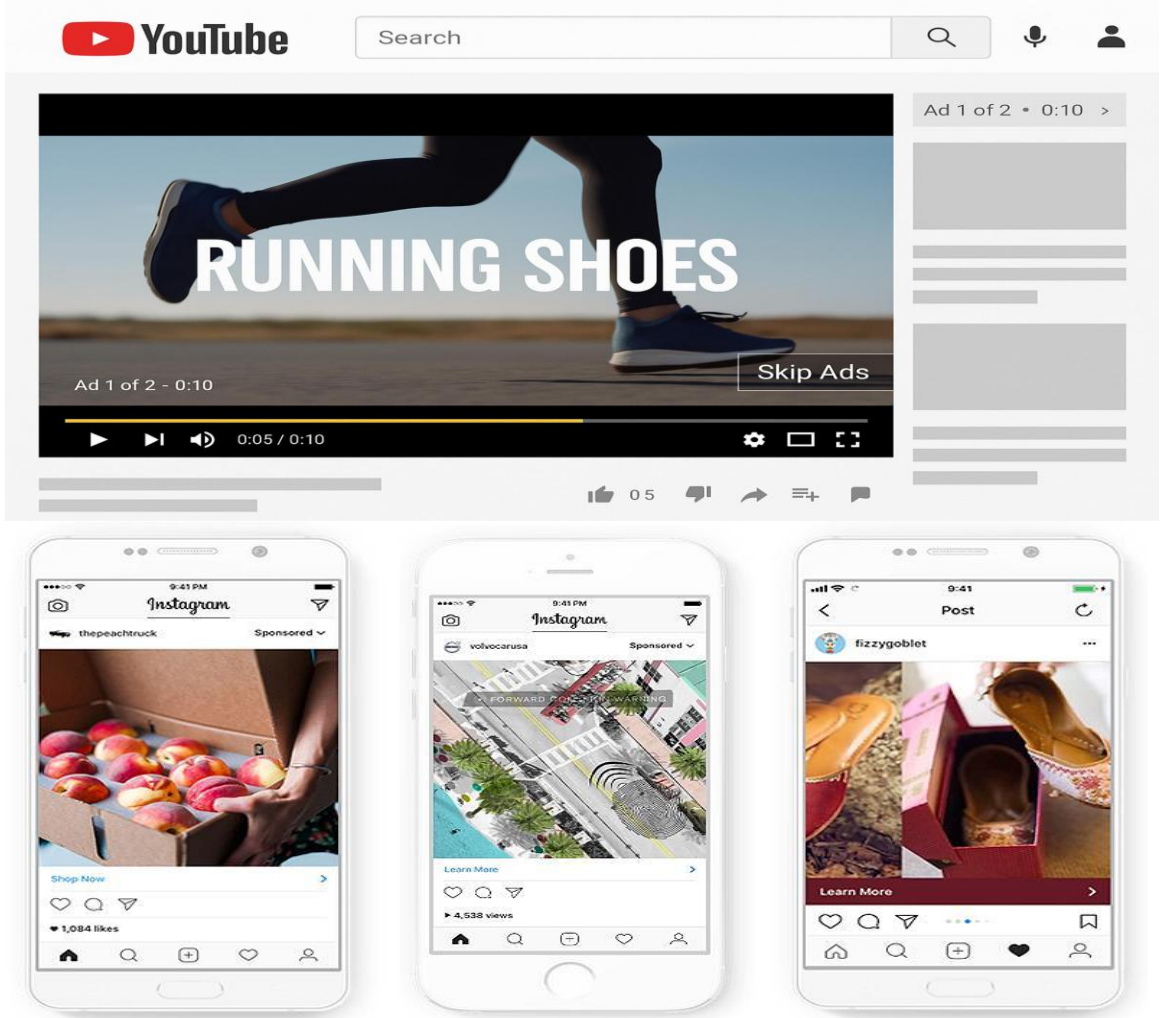
Visual advertisements containing images, text, graphics, or animations displayed on websites and apps.

वेबसाइटों और ऐप्स पर प्रदर्शित चित्र, टेक्स्ट, ग्राफिक्स या एनिमेशन वाले विज्ञापन।

2. Search Ads (सर्च विज्ञापन):

Paid advertisements displayed on search engine results pages when users search for specific keywords.

जब उपयोगकर्ता किसी विशेष कीवर्ड को खोजते हैं, तब सर्च इंजन के परिणामों में दिखाई देने वाले सशुल्क विज्ञापन।



3. Video Ads (वीडियो विज्ञापन):

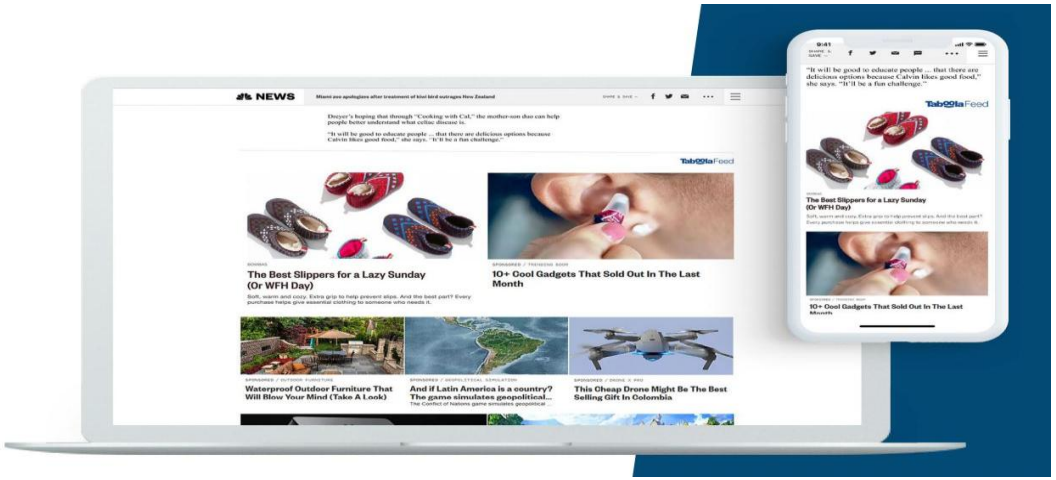
Advertisements presented through video content on platforms such as YouTube and social media.

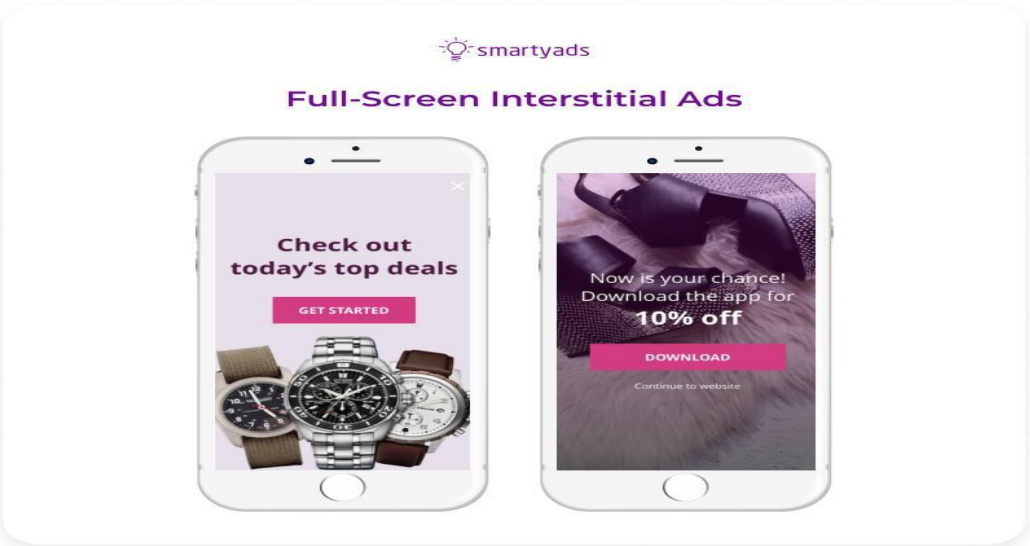
YouTube और सोशल मीडिया जैसे प्लेटफॉर्म पर वीडियो के माध्यम से प्रस्तुत किए जाने वाले विज्ञापन।

4. Social Media Ads (सोशल मीडिया विज्ञापन):

Paid promotions displayed on platforms such as Facebook, Instagram, and LinkedIn.

Facebook, Instagram और LinkedIn जैसे प्लेटफॉर्म पर प्रदर्शित किए जाने वाले सशुल्क प्रचार।





5. Native Ads (नेटिव विज्ञापन)

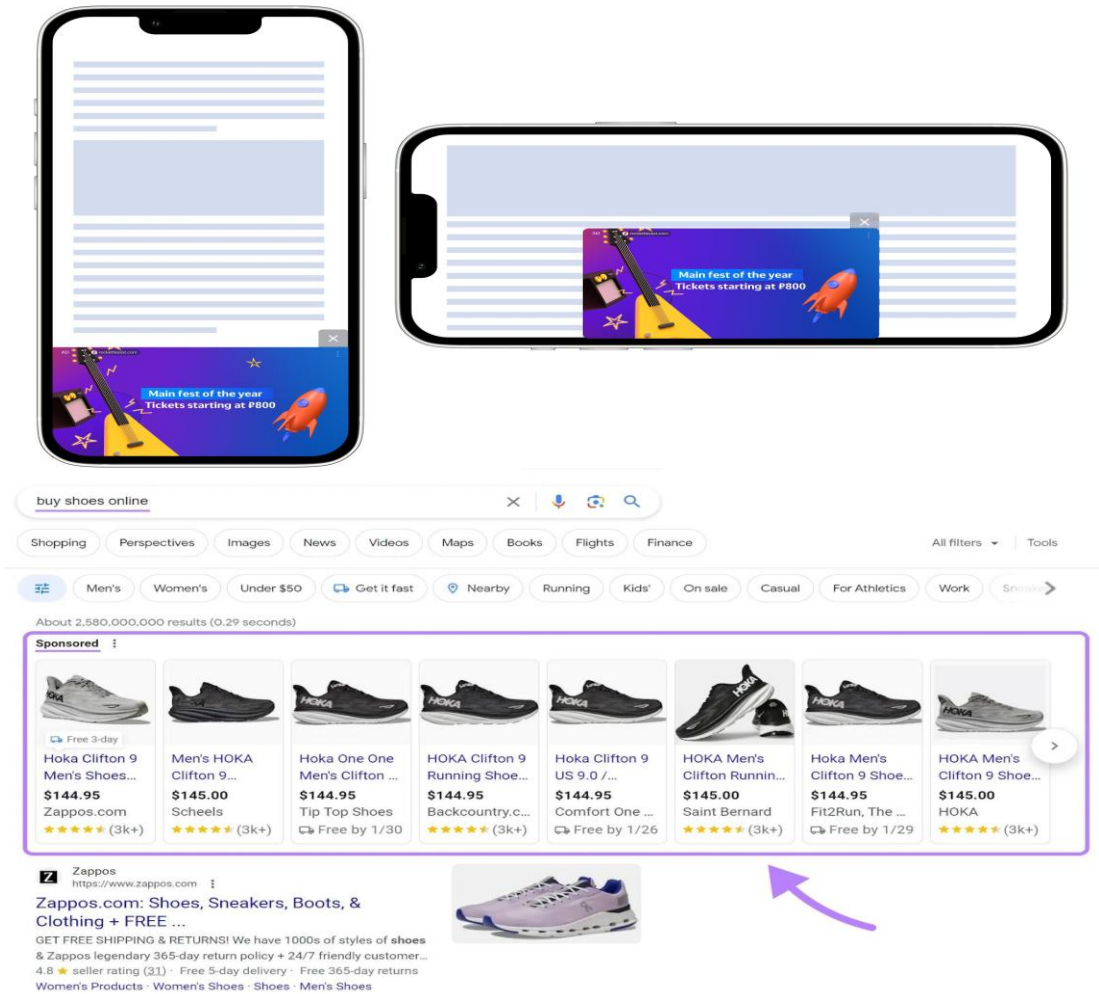
Advertisements designed to match the appearance and style of the surrounding content.

ऐसे विज्ञापन जो संबंधित वेबसाइट या प्लेटफॉर्म की सामग्री और डिजाइन के समान दिखाई देते हैं।

6. Interstitial Ads (इंटरस्टिशियल विज्ञापन)

Full-screen advertisements that appear between activities, pages, or stages in an app.

ऐप में दो गतिविधियों, पृष्ठों या चरणों के बीच दिखाई देने वाले पूर्ण स्क्रीन विज्ञापन।



7. Mobile Ads (मोबाइल विज्ञापन):

Advertisements specifically designed or optimized for smartphones and tablets.

स्मार्टफोन और टैबलेट पर प्रदर्शित करने के लिए बनाए या अनुकूलित किए गए विज्ञापन।

8. Shopping Ads (शॉपिंग विज्ञापन)

Product-based ads that display product images, prices, and merchant details.

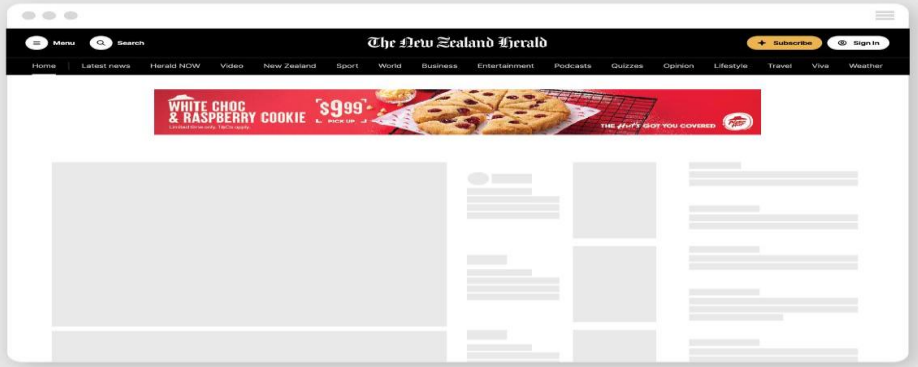
उत्पाद आधारित विज्ञापन जिनमें उत्पाद का चित्र, कीमत और विक्रेता से संबंधित जानकारी दिखाई जाती है।

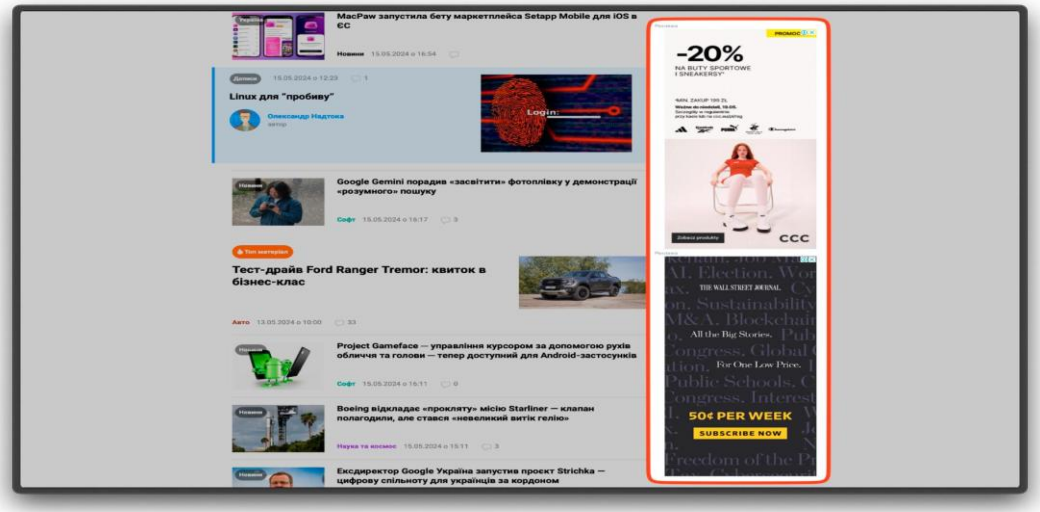
Meaning of Ad Placement (विज्ञापन प्लेसमेंट का अर्थ)

Ad placement refers to selecting the most suitable location, platform, or position where an advertisement appears to reach the right audience effectively.

विज्ञापन प्लेसमेंट का अर्थ उस उपयुक्त स्थान, प्लेटफॉर्म या स्थिति का चयन करना है जहाँ विज्ञापन प्रदर्शित करके सही लक्षित दर्शकों तक प्रभावी ढंग से पहुँचा जा सके।

Major Ad Placement Techniques (प्रमुख विज्ञापन प्लेसमेंट तकनीकें)





1. Above-the-Fold Placement (पृष्ठ के ऊपरी भाग में):

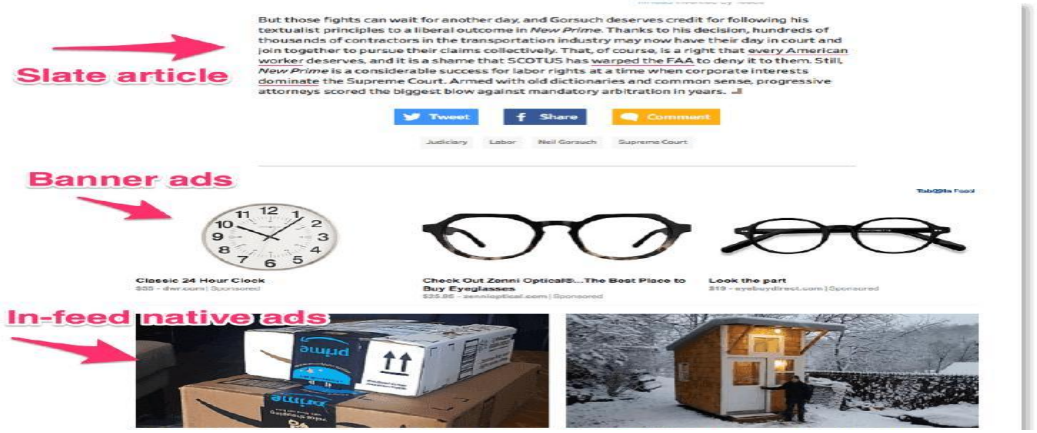
Placing ads in the visible area of a webpage before the user scrolls down.

वेबपेज के उस भाग में विज्ञापन लगाना जो स्क्रॉल किए बिना दिखाई देता है।

2. Sidebar Placement (साइडबार प्लेसमेंट):

Displaying advertisements along the left or right side of a webpage.

वेबपेज के बाएँ या दाएँ किनारे पर विज्ञापन प्रदर्शित करना।





3. In-Content Placement (सामग्री के बीच प्लेसमेंट):

Placing ads within articles, blogs, or other relevant content.

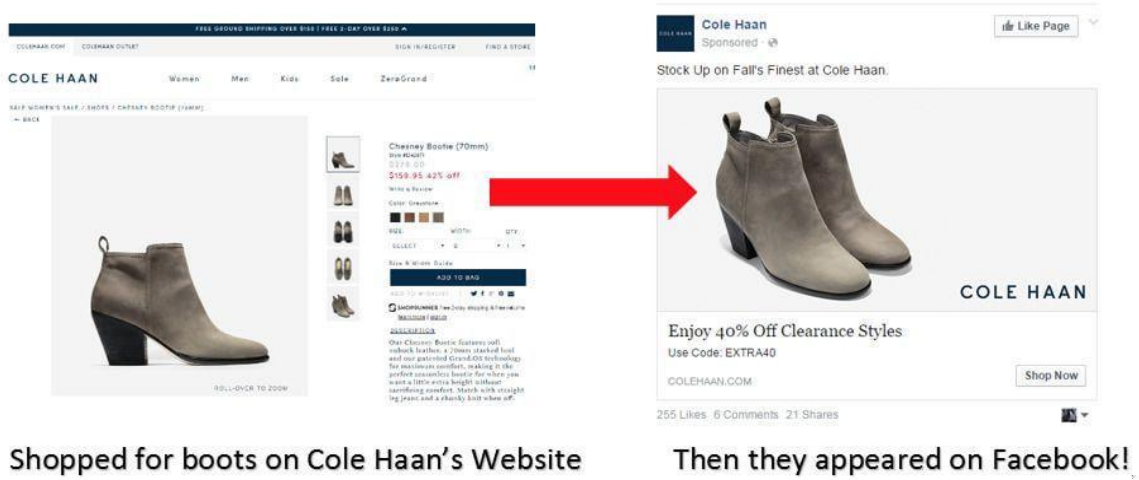
लेख, ब्लॉग या अन्य संबंधित सामग्री के बीच विज्ञापन लगाना।

4. Sticky Placement (स्टिकी प्लेसमेंट):

Ads that remain visible at a fixed position while the user scrolls, subject to platform rules.

ऐसे विज्ञापन जो उपयोगकर्ता के स्क्रॉल करने पर भी स्क्रीन पर एक निश्चित स्थान पर दिखाई देते रहते हैं।





Shopped for boots on Cole Haan's Website

Then they appeared on Facebook!

5. Video Ad Placement (वीडियो विज्ञापन प्लेसमेंट):

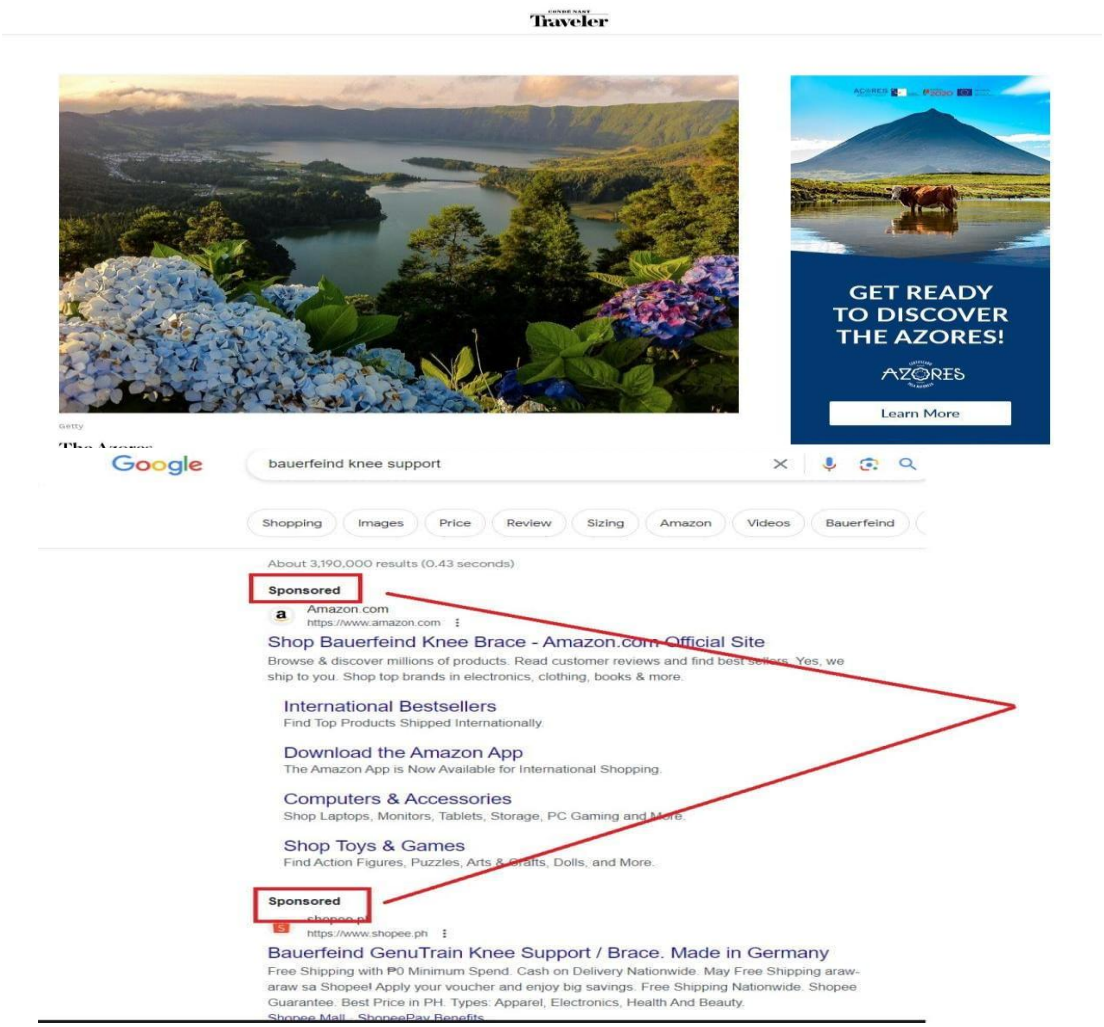
Placing ads before, during, or after video content.

वीडियो सामग्री के शुरू होने से पहले, बीच में या समाप्त होने के बाद विज्ञापन प्रदर्शित करना।

6. Remarketing Placement (रीमार्केटिंग प्लेसमेंट)

Showing ads to people who previously visited a website or interacted with a business, subject to privacy and consent requirements.

गोपनीयता और सहमति संबंधी नियमों का पालन करते हुए उन लोगों को विज्ञापन दिखाना जिन्होंने पहले वेबसाइट देखी हो या व्यवसाय से संपर्क किया हो।



7. Contextual Placement (संदर्भ आधारित प्लेसमेंट):

Displaying ads relevant to the topic of a webpage, such as travel ads on travel-related pages.

वेबपेज के विषय से संबंधित विज्ञापन दिखाना, जैसे यात्रा संबंधी लेखों पर यात्रा के विज्ञापन।

8. Search Result Placement (सर्च रिजल्ट प्लेसमेंट):

Placing paid advertisements in search results for relevant keywords.

संबंधित कीवर्ड के आधार पर सर्च इंजन के परिणामों में सशुल्क विज्ञापन दिखाना।

Factors Affecting Ad Placement
विज्ञापन प्लेसमेंट को प्रभावित करने वाले कारक

- Target Audience (लक्षित दर्शक): Age, interests, behaviour and location. / आयु, रुचि, व्यवहार और स्थान।
- Relevance (प्रासंगिकता): The connection between the advertisement and the content. / विज्ञापन और सामग्री के बीच संबंध।
- Cost (लागत): The budget required for a particular placement. / किसी विशेष स्थान पर विज्ञापन देने की लागत।
- Visibility (दृश्यता): How easily users can notice the ad. / उपयोगकर्ताओं द्वारा विज्ञापन को आसानी से देख पाना।
- Performance (प्रदर्शन): Clicks, conversions, and return on advertising spend. / क्लिक, रूपांतरण और विज्ञापन खर्च पर प्रतिफल।
- User Experience (उपयोगकर्ता अनुभव): Ads should not unnecessarily interrupt or disturb users. / विज्ञापन उपयोगकर्ताओं के अनुभव में अनावश्यक बाधा न डालें।

Conclusion (निष्कर्ष)

Selecting the right ad format and placement improves visibility, audience engagement, and campaign effectiveness. Digital marketers should choose formats and placements according to campaign objectives, budget, and audience behaviour.

सही विज्ञापन प्रारूप और प्लेसमेंट का चयन विज्ञापन की दृश्यता, दर्शकों की सहभागिता तथा अभियान की प्रभावशीलता को बढ़ाता है। डिजिटल मार्केटर्स को अभियान के उद्देश्यों, बजट और दर्शकों के व्यवहार के अनुसार इनका चयन करना चाहिए।